

PLANIFICATION STRATÉGIQUE SOCIO-ÉCONOMIQUE, RACONTER L'IMAGINAIRE POUR LE RENDRE RÉEL

María-Angeles Rastrollo-Horrillo
University of Malaga, Spain

Jérémy Clément Salmeron
ISEOR, France

Francoise Goter-Grivot
ISEOR, France

Résumé

Dans cet article nous explorons comment l'approche socio-économique de management offre des outils pour incorporer efficacement la narration dans les différentes phases du processus stratégique dans les organisations, afin d'incorporer les voix des employés dans le raffinement de la stratégie écrite (élaboration de la stratégie) et de stimuler l'identification des actions qui engagent les employés dans la mise en œuvre efficace de la stratégie. Nous utilisons une approche d'étude de cas utilisant la méthodologie de recherche-intervention socio-économique. Nous avons sélectionné trois entreprises de différents secteurs (arts, architecture et activités vétérinaires), de deux pays (France et Espagne) et opérant sur des marchés différents : régional, national et international.

Nos conclusions montrent comment les récits du management socio-économique facilitent les ajustements nécessaires, l'assemblage des histoires et l'établissement de liens entre elles. Ce principe, appliqué aux ambitions stratégiques, constitue un avantage concurrentiel à forte valeur ajoutée, synonyme d'adaptation stratégique

Mots-clés

Management socio-économique, récit, storytelling, planification stratégique, étude de cas.